

## BAB V

### PENUTUP

#### 5. 1. Kesimpulan

Orang Minangkabau terkenal memiliki identitas budaya dan agama yang kuat perlu diuji secara akademik. Penelitian ini telah mengungkap religiusitas dan *cultural belief* dalam masyarakat Muslim Minangkabau di Sumatera Barat yang dikenal taat menjalankan ajaran agama yang dianut dan diyakini serta loyal pada ajaran adat. Religiusitas yang ditandai dengan *belief* dan ritual memiliki kategori yang baik. Namun religiusitas dan *cultural belief* yang baik tersebut tidak menghasilkan perilaku ekonomi yang terdiri dari perilaku produksi dan konsumsi yang sesuai perintah agama. Religiusitas dan *Cultural belief* tidak hadir dan membumi dalam kehidupan nyata Muslim Minangkabau di Sumatera Barat terutama dalam lapangan ekonomi.

Dalam perspektif Teori Keagenan (*Agency*), perilaku ekonomi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat tidak optimal. Sebagai *agent*, Muslim Minangkabau tidak berperilaku sebagaimana yang diperintahkan atau ditetapkan oleh Tuhan, sebagai *principal*. Religiusitas dan *cultural belief* yang baik di kalangan Muslim Minangkabau di Sumatera Barat tidak membawa mereka taat pula pada aturan agama dalam perilaku produksi dan konsumsi. Religiusitas dan *cultural belief* yang baik tidak dapat mendorong Muslim Minangkabau taat pada aturan Tuhan dalam perilaku ekonomi.

Secara kuantitatif, religiusitas yang ditandai oleh keyakinan Tuhan Maha Melihat dan Mengawasi segala aktivitas dan frekuensi melaksanakan ibadah sholat dan *cultural belief* yang ditandai oleh rasa malu jika melanggar ketentuan agama dan adat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku produksi dan namun sebagian pada perilaku konsumsi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat. Bagi yang memiliki pengaruh itu pun tidak besar. Hal ini membuktikan terdapat faktor selain religiusitas dan *cultural belief* mempengaruhi perilaku produksi dan konsumsi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat. Kondisi optimal dan pengaruh ditemui berbeda pada masing-masing lokasi penelitian terpilih.

### 6.3. Implikasi Hasil Penelitian

Belum ada penelitian yang menguji secara akademik tentang agama dan adat dalam perilaku Muslim Minangkabau di Sumatera Barat. Banyak ahli menyatakan bahwa orang Minangkabau taat dalam melaksanakan ajaran agama dan di waktu bersamaan loyal pada ajaran adat (Abdullah,1972., Syarifuddin,1983., Navis,1984., Ramayulis, 2010). Temuan penelitian ini memperjelas bentuk ketaatan tersebut terhadap ajaran agama dan mengungkap wajah identitas Orang Minangkabau yang dikenal kuat memegang ajaran agama tersebut khususnya dalam perilaku ekonomi yang belum diungkap peneliti sebelumnya.

Penelitian ini telah memberikan informasi bagaimana kualitas implementasi agama dan adat dalam perilaku ekonomi Muslim

Minangkabau. Penelitian ini juga telah melakukan pengembangan terhadap model *principal-agent*; manusia sebagai *agent* dan Tuhan sebagai *principal*. Dengan menggunakan asumsi-asumsi yang sesuai dengan dengan model *principal-agent* yang dikembangkan maka model ini merupakan tambahan dan perluasan dari model *principal – agent* dalam teori kontraktual dan solusi masalah keagenan (*agency problem*), seperti pernah dikemukakan oleh Klapper dan Love, (2002), Aviram, (2003), Anderson dan Bandiera, (2001), Gabre-Madhin, (1999), Greif, (1997), Milgrom, North dan Weigast, (1999), Okazaki, (2001), J.Parks, (1988), Amihud &B, (1981), Jensen, (1983), Mandelker, (1987), Anderson, (1985), KM.Eisenhardt, (1989), Kiser, (1999) Nelson, (2009), Bergen, (1992) Ismail, (2013), La Rosa,(2011).

Penelitian ini memberikan penguatan kepada penelitian-penelitian yang mengusung tema yang sama dan sekaligus memperbanyak literatur tentang pengaruh religiusitas dan *cultural belief* dalam perilaku produksi dan konsumsi. Selain itu, secara khusus penelitian memberikan tambahan informasi bahwa pengaruh tersebut untuk masing-masing lokasi akan ditemukan beragam meskipun masih berada dalam daerah dengan karakteristik agama dan budaya sama.

Penelitian terdahulu yang menggunakan Teori Keagenan (*Agency Theory*) lebih banyak menganalisis ketaatan pada aturan atau kontrak yang dibuat. Penelitian ini melakukan pengembangan analisis dengan melakukan adopsi teori keagenan dalam melihat apakah religiusitas dan *cultural belief* mendorong atau menjadikan Muslim dalam menjalankan perintah Tuhan pada lapangan ekonomi yang

dicerminkan pada perilaku ekonomi yang terdiri perilaku produksi dan konsumsi. Penelitian telah menemukan bahwa Muslim Minangkabau tidak optimal dalam menjalankan perintah Tuhan pada perilaku ekonomi. Religiusitas dan *Cultural belief* yang baik tidak menjadikan Muslim taat pada perilaku ekonomi mereka. Religiusitas dan *Cultural Belief* yang baik tidak tembus pada perilaku. Dalam konteks teori keagenan (*agency theory*), religiusitas dan cultural belief bukan faktor yang mendorong Muslim taat pada aturan agama dan patuh pada komitmen agama. Untuk mendorong Muslim Minangkabau di Sumatera Barat taat pada ajaran agamanya dalam bidang ekonomi maka religiusitas dan cultural tidak kurang dapat diandalkan sebagai variabel dalam kebijakan menjadi perilaku ekonomi sesuai syariah.

Hasil penelitian memiliki implikasi bagi kebijakan ekonomi yang berkembang baik di tingkat lokal dan nasional. Dalam RPJP 2005-2025, dijelaskan bahwa tata kehidupan yang akan diwujudkan di Sumatera Barat adalah kehidupan yang harmonis, agamis, beradab dan berbudaya berdasarkan falsafah *Adat Basandi Syarak Syarak basandi Kitabullah* (ABS-SBK). Ciri kehidupan tersebut adalah taat beragama, berakhlak mulia, jujur, dan peduli sesama. Strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan ini adalah meningkatkan kualitas pendidikan, pelayanan rumah ibadah, meningkatkan kapasitas lembaga adat dan budaya daerah, peningkatan peran pemangku adat. Dengan hasil penelitian ini maka pihak pengambil kebijakan harus terus memberikan penguatan pada lembaga adat dan agama untuk meningkatkan kualitas kehidupan beradab

dan beragama di kalangan Muslim Minangkabau Sumatera Barat sehingga agama dan adat dapat berperan meningkatkan kesejahteraan kehidupan ekonomi.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) dijelaskan bahwa visi pembangunan Indonesia adalah Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur. Visi ini diwujudkan dengan 8 misi yang salah satunya adalah mewujudkan masyarakat berakhlak mulia, bermoral, berbudaya dan beradab berdasarkan falsafah Pancasila, mengembangkan modal sosial dan menerapkan kebudayaan. Agama dan budaya sebagai modal sosial memiliki peran penting untuk mewujudkan visi bangsa. Melalui hasil penelitian ini, pemahaman, pengalaman dan penghayatan masyarakat terhadap modal sosial harus terus ditingkatkan agar keduanya dapat menjadi kekuatan untuk mewujudkan visi yang diinginkan. pemahaman, pengalaman dan penghayatan masyarakat.

#### 6.4. Keterbatasan Penelitian

Selain berkontribusi operasional dan teoritis, penelitian ini tidak sunyi dari keterbatasan, diantara keterbatasan itu adalah:

1 kegiatan produksi yang dijadikan fokus penelitian adalah produksi pertanian. Banyak kegiatan produksi lainnya yang tentu memiliki karakteristik perilaku yang berbeda dengan produksi pertanian.

2. hasil penelitian ini mengungkap bahwa religiusitas dan *cultural belief* memiliki pengaruh secara umum dalam perilaku produksi dan konsumsi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat. Namun setelah dilihat per lokasi diperoleh hasil



yang beragam; ada yang berpengaruh signifikan dan ada yang tidak. Penelitian ini belum sampai membicarakan kenapa hasilnya beragam per lokasi.

3. Wilayah kultural Minangkabau lebih luas dari daerah administrasi Sumatera Barat. Artinya Etnis Minangkabau ada juga mendiami daerah-daerah di luar Sumatera Barat. Penelitian ini hanya dibatasi pada daerah administrasi Sumatera Barat.

## 7. Saran

Semua keterbatasan yang dimiliki penelitian ini ke depan dibutuhkan penelitian yang dapat menjangkau wilayah etnis Minangkabau lebih luas di luar Sumatera Barat. Kedepan perlu dilakukan kajian/ penelitian untuk pengujian variabel yang diteliti ini pada lokasi daerah lain yang berada di luar Sumatera Barat namun masyarakatnya Etnis Minangkabau. Kegiatan produksi yang dijadikan fokus penelitian adalah produksi pertanian. Banyak kegiatan produksi lainnya yang tentu memiliki karakteristik perilaku yang berbeda dengan produksi pertanian.

Penelitian menambah informasi perubahan sosial yang terjadi di bidang ekonomi, namun penelitian ini belum mengungkap apa faktor penyebab perubahan ini terjadi. Apakah perubahan yang terjadi karena dorongan perubahan dari masyarakat pemilik budaya atau disebabkan oleh faktor-faktor luar. Ini merupakan pertanyaan yang penting untuk dijawab dan sebagai agenda penelitian berikut.

